Damos comienzo a el término *"scrolleo"* (o *scrolling*) en el contexto de redes sociales se refiere al acto de deslizar continuamente la pantalla hacia arriba o abajo para ver contenido, especialmente en plataformas como TikTok, Instagram o X (anteriormente Twitter), para que podamos entendernos de que hablamos.

Se ha convertido en una interacción casi inconsciente, impulsada por el algoritmo que promete contenido nuevo y gratificante con cada movimiento. Es la forma fundamental en que los usuarios consumen entretenimiento en estos entornos.

En el debate sobre regulación que estábamos teniendo, el concepto clave es el *"scroll automático"* o *"scroll infinito"*. Este diseño busca maximizar el tiempo de permanencia del usuario al eliminar pausas naturales (como tener que hacer clic para cargar la siguiente página), manteniendo un flujo constante de contenido. Las leyes recientes, como la de Brasil, buscan limitar este diseño para fomentar un consumo más consciente.
Según la información que logramos disponible, **Uruguay no tiene una ley** que aborde específicamente los puntos mencionados en la regulación brasileña (límites al scroll automático, prohibición de publicidad dirigida a menores y responsabilidad de las plataformas por contenido dañino).

Uruguay
Mientras que Brasil ha avanzado con una ley que incluye estos aspectos, los resultados de la búsqueda sugieren que Uruguay ha optado por un enfoque diferente, priorizando la libertad de expresión, la concienciación sobre la protección de datos y las políticas internas de las organizaciones. En resumen, no hay evidencia clara de que exista una ley uruguaya con el mismo alcance y especificidad que la regulación brasileña en relación con los puntos que mencionaste.

Investigando más a fondo sobre la legislación uruguaya en materia de protección de datos o libertad de expresión, o sobre las políticas internas, **¿que hacen las empresas uruguayas?, ¿están implementando en relación con el uso de redes sociales.?**

En Uruguay, el marco principal para la protección de datos personales *Ley N° 18.331* (de 2008) y su Decreto reglamentario (N° 414/009). Esta legislación establece principios clave como la legalidad, la finalidad, el consentimiento informado y la seguridad de los datos, y crea la *Unidad Reguladora y Control de Datos Personales (URCDP)* como autoridad de aplicación. También garantiza derechos a los titulares de los datos, como acceso, rectificación y supresión (derecho al olvido).

Sin embargo, nuestra ley se centra en la *protección de datos personales* y <u>no aborda directamente los aspectos específicos que menciona la ley brasileña</u>, como:

*   Límites al *scroll* automático.
*   Prohibición de publicidad dirigida a menores.
*   Responsabilidad específica de las plataformas por contenido dañino.

Realizando una búsqueda específica sobre si existe alguna normativa en Uruguay relacionada con la *moderación de contenido en redes sociales* o la *responsabilidad de las plataformas digitales*, vemos que NO la hay, se busca avanzar en el debate sobre la regulación de grandes plataformas digitales (redes sociales y motores de búsqueda).

Diversas organizaciones, como *OBSERVACOM y Datysoc*, presentaron ante el Senado una propuesta de *Bases y Principios para una regulación democrática* de estas empresas, pero esto no puede quedar en las frías paredes de mármol legislativo, debe ser un sentido del colectivo de la Sociedad Oriental.

Los puntos clave de esta propuesta incluyen:

*   *Transparencia Algorítmica:* Obligar a las plataformas a ser transparentes sobre cómo funcionan sus algoritmos.
*   *Debido Proceso:* Garantizar a los usuarios el derecho a apelar decisiones de eliminación o bloqueo de contenido.
*   *Rendición de Cuentas:* Establecer mecanismos para que las plataformas respondan por sus decisiones de moderación.

El objetivo principal es establecer límites y controles democráticos sobre la moderación de contenido privada, asegurando la libertad de expresión y el acceso a la Justicia Nacional contra estas Empresas Transnacionales.

Adentrémonos en la investigación legislativa de nuestros vecinos: Argentina, Paraguay en relación con las normativas de redes sociales que mencionamos (límites al scroll, publicidad a menores, responsabilidad de plataformas).

Profundicemos en el aspecto de la *Transparencia de los Algoritmos* dentro de la propuesta uruguaya para la regulación de plataformas digitales.
Esta exigencia busca que las plataformas revelen, en cierta medida, cómo funcionan los sistemas algorítmicos que deciden qué contenido te muestran a ti y a otros usuarios. Esto es crucial porque:

1. *Impacto en la Opinión Pública:* Los algoritmos pueden amplificar ciertos discursos y suprimir otros, influyendo en el debate público y la democracia.
2. *Derecho a Saber:* Los usuarios tienen derecho a entender por qué ven cierto contenido y no otro.

En la práctica, esto podría traducirse en la obligación de las plataformas de:

*   *Describir los parámetros clave* utilizados para clasificar y priorizar el contenido.

*   *Ofrecer opciones de *feeds** basados en criterios diferentes al algorítmico (por ejemplo, un *feed* estrictamente cronológico).

"Según el borrador de la ley, las plataformas con más de X usuarios deberán publicar un informe anual sobre sus algoritmos de recomendación."*]
Aquí un resumen de cómo estamos en la región:

🇦🇷 **Argentina**
*   Actualmente, *no existe una legislación específica y exhaustiva* que regule los puntos exactos de la ley brasileña (como límites al *scroll* automático o prohibición de publicidad dirigida a menores).
*   El marco legal se centra más en el debate y en cómo los tribunales analizan la responsabilidad de las plataformas (intermediarios) caso por caso. Generalmente, las plataformas son responsables si no eliminan contenido ilegal o infractor tras ser notificadas.

🇵🇾 **Paraguay**
*   Existe un interés legislativo en regular el contenido en línea, especialmente para *proteger a los menores* de información dañina, lo que implica exigir a las plataformas la eliminación rápida de contenido ilegal.
*   Sin embargo, al igual que en Argentina, *no se ha confirmado la existencia* de normativas específicas que aborden directamente los límites al *scroll* infinito o las restricciones publicitarias dirigidas a menores, como sí ocurre en Brasil.

En conclusión, ninguno de los dos países parece tener un marco legal tan detallado y específico como el que se discute y legisla en Brasil sobre esos puntos concretos, o el que se intenta discutir en nuestro país.

Así nos encuentra en materia de Telecomunicaciones, uno de los tantos sectores en la región entrando involucrados en el acuerdo marco MERCOSUR-Unión Europea